PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi S1 Perbankan Syariah

Disusun Oleh :

MUNADIA SYUHADA

NIM. 3320361

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
TAHUN AKADEMIK 2023 / 2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Munadia Syuhada
NIM	: 3320361
Tempat/tanggal lahir	: Galoro/06 Agustus 2001
Fakultas/jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:**Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah Bukittinggi)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya denga judul di atas adalah benar asli (original) karya penulis,kecuali yang dicantumkan sumbernya.Apabila kemudian terdapat kesalahan dan kekeliruan,maka hal tersebut sepenuhnya adalah tanggung jawab penulis.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinngi,20 Juni 2024

Yang menyatakan

Munadia Syuhada

NIM 3320361

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah Bukittinggi)"** yang disusun oleh **Munadia Syuhada** dengan NIM **3320361** Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.Telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang Munaqasyah.

Demikian surat persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Bukittinggi,20 Juni 2024

Pembimbing,

Habibatur Ridhah,SE,MM

NIP 199110727201801202

KATA PENGANTAR

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi.Keberhasilan penyusunan skripsi ini juga atas bantuan dari berbagai pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung.Terutama dan teristimewa dipersembahkan kepada kedua orang tua Penulis.Kepada ayahanda tercinta Baharudin yang selalu memberikan semangat,dukungan moril dan materil serta cinta kasih yang tiada terhingga sampai saat ini.Kepada ibunda tercinta Almarhumah Zainar Cidi yang paling penulis rindukan.Terimakasih atas segala pengorbanan,kasih sayang,nasihat dan motivasi yang ibu berikan semasa hidup.Terimakasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap semangat berjuang meraih gelar sarjana ekonomi yang ibu impikan.Dengan selesainya skripsi ini,semoga bisa membuat ibu bangga dan bahagia di surganya Allah,amin.Selanjutnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. **Ibu Prof.Dr.Ridha Ahida,M.Hum**, Rektor Universitas Islam Negeri Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi beserta jajaran.
2. **Ibu Dr.Hesi Eka Puteri M,Si,** Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajaran.
3. **Bapak Baginda Parsaulian,ME**, Ketua Program Studi Perbankan Syariah beserta jajaran atas izin dan kesempatan,bimbingan dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. **Ibu Dr.Endriyenti M.Ag,** Dosen penasehat akademik yang selalu menasehati dan memberikan banyak motivasinya demi kelancaran proses belajar penulis.
5. **Ibu Habibaturridhah,MM,** selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan,arahan,dan masukan hingga akhir penulisan ini.
6. Bapak/ibu dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi.
7. Kepada saudara-saudari penulis,Mahyudi Tanjung(Alm),Resiyut Darmawita,Alfin Tanjung dan M.Habib Alvin Faiz.Terimkasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan kuliah,yang selalu memberikan semangat,dukungan moril maupun materil serta mendoakan penulis.
8. Kepada Keponakan-Keponakan Penulis,Naila Afifah,M.Fauzi,M Fauzan,M.Al Fathan Raziq,Nusaibah Alghaza,Anja Alzena Tanjung dan Kyna kayana Cetta Tanjung.
9. Kepada Alpajri Putra,yang selalu menemani dan selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi.Terimakasih telah mendengarkan semua keluh kesah,memberikan dukungan,semangat,tenaga,pikiran,materi maupun bantuan kepada penulis.
10. Untuk sahabat-sahabat penulis Lia Vebisari, Raisa Nurazizah,Sucitha Afrahaqiqi dan semua teman-teman Perbankan Syariah K angkatan 2020 yang memberikan semangat kepada penulis.
11. Thaibatul Nessa S.Ag,sahabat penulis yang sudah seperti saudara

12. Keluarga besar penulis dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
13. Terakhir,terimakasih Rayyanza Malik Ahmad (cipung) sebagai adik online yang selalu menjadi mood booster bagi penulis.

Semoga Allah memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya,dan penulis mengharapkan semoga skripsi ini memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam rangka menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran kita.

Atas bantuan yang telah diberikan,penulis ucapkan terimakasih.Semoga mendapatkan ridho dan balasan dari Allah S.W.T dan semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat.

Bukittinggi,Juni 2024

Penulis

Munadia Syuhada

3320361

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul " **Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah) "**.Disusun oleh **Munadia Syuhada** ,**NIM 3320361,**mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah ,Universitas Islam Negeri Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking* pada Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah.Pengumpulan data dilakukan menggunakan cara penyebaran kuisioner dengan skala likert (1-5) kepada masyarakat Kelurahan Pakan Labuah.Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 responden.Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sample random sampling yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data secara acak dengan jumlah proporsional untuk setiap sub populasi sesuai dengan ukuran populasinya.Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan alat bantu *IBM SPSS Statistic 26*.Analisis penelitian ini meliputi uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas,uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas dan uji linearitas,uji regrresi linear sederhana,dan uji hipotesis menggunakan uji koefisien korelasi,uji koefisien determinasi (R^2),dan uji T parsial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*,dibuktikan dengan hasil regresi linear sederhana yaitu Y = 6,301 + 0,800 X1.Dan juga dibuktikan dengan uji statistik secara parsial,diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 14,896 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98447 dengan nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05.

Kata Kunci : ***Literasi Keuangan,Keputusan Penggunaan Mobile Banking***

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **i**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

ABSTRAK ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 5

C. Batasan Masalah 6

D. Rumusan Masalah 6

E. Tujuan Penelitian 6

F. Manfaat Penelitian 7

G. Penjelasan Judul 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA **9**

A. Landasan Teori 9

B. Penelitian Terdahulu 34

C. Kerangka Pemikiran 36

D. Hipotesis 36

BAB III METODE PENELITIAN **38**

A. Instrumen Penelitian 38

B. Jenis Penelitian 38

C. Lokasi dan Waktu Penelitian 38
D. Populasi dan Sampel 39
E. Definisi Operasional Variabel 41
F. Teknik Pengumpulan Data 42
G. Teknik Pengolahan Data 44
H. Uji Instrumen Penelitian 44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 49
A. Gambaran umum objek penelitian 49
B. Hasil Penelitian 55
1. Uji Instrumen Penelitian 55
2. Uji Asumsi Klasik 58
3. Analisis Regresi Sederhana 59
4. Uji Hipotesis 61
C. Pembahasan hasil Penelitian 64
D. Keterbatasan Penelitian 64
E. Analisis Pembahasan 65
BAB V PENUTUP 49
A. Kesimpulan 49
B. Saran 50
DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian terdahulu 34
Tabel 3 1 Variabel Penelitian dan Definisi 42
Tabel 3 2 Skor Ketentuan Kuisioner 43
Tabel 3 3 Tabel Dasar pengambilan keputusan koefisien korelasi 47
Tabel 4 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 52
Tabel 4 2 Karakteristik responden berdasarkan usia 53
Tabel 4 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan 54
Tabel 4 4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir 54
Tabel 4 5 Hasil Uji Validitas Variabel X 56
Tabel 4 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y 56
Tabel 4 7 Hasil Uji Reliabilitas 57
Tabel 4 8 Uji Normalitas 58
Tabel 4 9 Uji Linearitas 59
Tabel 4 10 Hasil Analisis Regrasi Linear Sederhana 60
Tabel 4 11 Dasar pengambilan keputusan koefisien korelasi 61
Tabel 4 12 Koefisien Korelasi 61
Tabel 4 13 Uji Koefisien Determinan (R^2) 62
Tabel 4 14 Uji T Parsial 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Alur Pelayanan Kelurahan Pakan Labuah 51

Gambar 4 2 Struktur Organisasi Kelurahan Pakan Labuah 51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlangsung hingga saat ini menawarkan kemudahan-kemudahan bagi manusia. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat,pola hidup masyarakat dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Kemajuan teknologi yang ada pada saat ini salah satunya kemudahan yang diberikan internet bagi orang-orang untuk mencari informasi dan juga berkomunikasi,bahkan transaksi keuangan bisa dilakukan melalui internet yang biasa disebut dengan teknologi keuangan atau *Financial Technology* (Fintech).

Dengan Fintech, permasalahan transaksi jual beli dan pembayaran tidak perlu dilakukan dengan tatap muka dan membawa uang *cash,* namun kini dapat dilakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang cepat pula.Biasanya orang akan melakukan pembayaran atau transfer harus datang ke bank atau melalui ATM (*Automatic Teller Mecine*).Namun seiring kebutuhan mobilitas yang tinggi,kini masyarakat membutuhkan layanan yang lebih praktis daripada harus pergi ke bank/ATM,karena akan memerlukan waktu lebih lama jika harus mendatangi bank dulu ketika akan melakukan

transfer.Solusi lebih mudahnya adalah menggunakan fitur *Mobile Banking* yang disediakan oleh bank.

Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ke ATM kecuali untuk penarikan uang *cash*.Keunggulan *Mobile Banking* yaitu kita dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa batasan waktu.Layanan pada Mobile Banking meliputi transaksi finansial,transaksi non finansial,transfer dana,cek saldo,dan melakukan pembayaran tagihan yang semuanya dapat dilakukan melalui telepon seluler.[1]Berdasarkan data Bank Indonesia (BI),sepanjang bulan Agustus 2023 nilai transaksi *digital banking* secara nasional mencapai Rp 5.098,6 triliun atau sekitar Rp 5,1 kuadriliun.Nilai itu meningkat 1,3 dibanding Juli 2023,serta tumbuh 11,9% dibanding setahun sebelumnya.[2]Ini membuktikan bahwa masyarakat sangat tertarik menggunakan *Mobile Banking*.

Faktor yang mempengaruhi penggunaan *Mobile Banking* adalah Literasi keuangan.Literasi keuangan memberikan pengetahuan yang membuat seseorang mengetahui apa,bagaimana,di mana,mengapa dan kapan untuk melakukan kegiatan finansial atau mengetahui tentang produk-produk finansial.Literasi keuangan juga memberikan seseorang kemampuan untuk menggunakan pengetahuan yang dimilikinya ke dalam kehidupan nyata,seperti

---

[1] Ikbar Wibiadila, "Pengaruh Kegunaan,Kemudahan,Resiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Solo," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 5, no. 2 (2016).

[2] Adi Ahdiat, *Statistik Ekonomi Indonesia.Databoks.Katadata.Co.Id*, n.d.Pada 12 Desember 2023 pukul 20.09 WIB

dengan melakukan transaksi di internet dengan menggunakan *Mobile Banking*,dan lain lain.[3]

Berdasarkan hasil SNLIK (Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan)pada tahun 2022 yang dilakukan oleh OJK dengan jumlah responden sebanyak 14.364 orang di 34 provinsi menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68% yang berarti literasi keuangan masyarakat masih dikatakan belum optimal.Kemudian,tingkat literasi keuangan berdasarkan sektor jasa keuangan yaitu pada bidang *Fintech* menunjukkan bahwa hanya sebesar 10,90% yang memahami literasi keuangan *Fintech* dengan baik.[4] Masih rendahnya literasi keuangan di bidang *Fintech* membuat masyarakat enggan untuk beralih menggunakan *Fintech* karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital tersebut.Sehingga banyaknya masyarakat yang masih menggunakan transaksi secara tradisional yaitu bertransaksi langsung menggunakan uang tunai yang dirasa lebih mudah. Literasi keuangan juga sangat berpengaruh agar seseorang dapat menentukan produk keuangan agar tidak salah dalam membuat keputusan keuangannya.

Berdasarkan data dari Kelurahan Pakan Labuah Kota Bukittinggi jumlah penduduk kelurahan Pakan Labuah pada tahun 2023 sebanyak 3303 jiwa, yang terdiri dari 7 RW dan 14 RT.Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan kepada masyarakat Pakan Labuah,menurut Ibu Anggi yang merupakan seorang

[3] Veronica Ong, "Pengaruh Persepsi Risiko,Persepsi Kemudahan,Dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Link Aja," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2022): 516–24.

[4] Otoritas Jasa Keuangan, *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan*, 2022.

ibu rumah tangga,bahwasanya ia tidak menggunakan *Mobile Banking* karena menurutnya lebih mudah menggunakan uang tunai dalam melakukan transaksi dan ia lebih memilih antri ke ATM atau agen bank mini terdekat untuk melakukan transfer .[5] Dan juga menurut Aira Suci Fadhillah seorang mahasiswa, ia sudah mendwonload aplikasinya,namun membutuhkan waktu yang lama untuk memuat fitur-fiturnya dan terkadang ia juga terkendala oleh jaringan,ketika jaringan buruk,maka aplikasi tidak bisa dibuka.[6]Dan juga Bapak Edo Wiraswasta,menurutnya ia khawatir akan keamanan data pribadi dan keuangan ketika ia menggunakan *mobile banking.*[7]

Mobile Banking memberikan kemudahan bagi kebutuhan dalam melakukan transaksi keuangan seperti melakukan transfer, pembayaran tagihan listrik,telepon,air,pengisian pulsa dan lain sebagainya.Segala bentuk aktivitas manusia yang bertujuan untuk memudahkan kegiatan merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT,sesuai firman allah dalam surah Al-Baqarah 185:

يُرِيْدُ اللّٰهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيْدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya : "Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghindari kesukaran bagimu"(Q.S.Al-Baqarah ayat 185).

Ayat ini menjelaskan bahwasanya Allah SWT.Menegaskan bahwa peraturan-Nya itu untuk memudahkan manusia,sehingga jika dikaitkan dengan penggunaan *Mobile Banking* ini yang menawarkan berbagai kemudahan kepada

[5] Ibu Anggi, "Ibu Rumah Tangga," *Wawancara*, n.d.November 10,2023
[6] Aira Suci Fadillah, "Mahasiswa," *Wawancara*, n.d. November 10,2023
[7] Bapak Edo, "Wiraswasta," *Wawancara*, n.d.November 10,2023

pengguna dan mengurangi usaha seseorang baik dari segi waktu maupun tenaga,sehingga diharapkan dengan hadirnya *Mobile Banking* ini memberikan kemudahan kepada para penggunanya.

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pakan Labuah Bukittinggi karena di kelurahan pakan labuah ini masyarakat kurang memahami tentang konsep *Mobile Banking yang* disediakan oleh bank, padahal di Kelurahan Pakan Labuah ini mempunyai potensi yang cukup besar dalam mengembangkan penggunaan *Mobile Banking* karena menggunakan *Mobile Banking* ini memudahkan mereka dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa harus antri ke ATM maupun bank karena tujuan dari adanya *Mobile Banking* ini adalah mempercepat durasi transaksi dan mempermudah proses pembayaran apalagi tangan masyarakat kini lebih banyak waktu untuk menggunakan ponsel.

Berdasarkan latar belakang diatas,peneliti tertarik untuk meniliti lebih lanjut penelitian yang berjudul **"Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah Bukittinggi)"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasikan masalah terkait penelitian ini yaitu :

1. Masyarakat lebih memilih antri untuk melakukan transaksi di ATM maupun ke agen bank mini terdekat daripada menggunakan *Mobile Banking*

2. Mayarakat khawatir akan keamanan data pribadi dan keuangan ketika ia menggunakan *mobile banking*
3. Literasi Keuangan yang masih rendah sehingga menyebabkan masyarakat tidak dapat memahami sistem yang ada pada *Mobile Banking*

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun perluasan pokok masalah,agar penelitian tersebut lebih terarah dan mudah dalam pembahasannya sehingga tujuan peneliti dapat tercapai dengan maksimal.Maka penelitian ini dengan memfokuskan pada "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah)"

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini ditinjau berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah adalah :

Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan keputusan penggunaan *Mobile Banking* pada Masyarakat Pakan Labuah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas,maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan keputusan penggunaan *Mobile Banking* pada Masyarakat Pakan Labuah.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, penelitian ini dapat bertambah untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan dalam bidang ilmu pengetahuan ekonomi,khususnya mengenai alat pembayaran non tunai khususnya *Mobile Banking*.
2. Bagi pembaca, penelitian ini dapat bermanfaat untuk mendapatkan data dan mempertajam analisis lapangan.
3. Bagi masyarakat, hasil ini penelitian ini dapat memberikan informasi terkait alat pembayaran non tunai khususnya *Mobile Banking.*

G. Penjelasan Judul

Pada kerangka awal mula untuk mendapatkan gambaran yang jelas dengan mudah memahami maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dari beberapa istilah yang terkait dengan judul :

1. **Pengaruh** adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang,benda) yang ikut membentuk watak,kepercayaan atau perbuatan seseorang.[8]
2. **Literasi Keuangan** adalah pengetahuan,keterampilan,dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.[9]

---

[8] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011).1045

[9] Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017).77

3. **Keputusan** adalah merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.[10]
4. ***Mobile Banking*** adalah fasilitas yang diberikan perbankan dengan menggunakan alat komunikasi seluler seperti ponsel.Layanan Mobile Banking memberikan kemudahan kepada pengguna untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo,transfer antar rekening, pembayaran tagihan,maupun pembelian pulsa.[11]

[10] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2007).223
[11] Dkk Nursiah, "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking," *Jurnal Akutansi Dan Keuangan* 19, no. 1 (2022): 91–100.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan dinamika interaksi antara pengaruh kesadaran,perilaku,dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan.Dengan kata lain perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi.[12]

Perilaku konsumen akan diperlihatkan pada beberapa tahap diantaranya tahap sebelum pembelian,tahap pembelian,tahap pembelian dan tahap setelah pembelian barang atau jasa .Pada tahap sebelum pembelian konsumen biasanya melakukan pencarian informasi mengenai produk dan jasa tersebut.

Lalu pada tahap pembelian,konsumen melakukan pembelian produk atau jasa. Dan pada tahap setelah pembelian,konsumen akan melakukan konsumsi atau penggunaan produk,evaluasi kinerja produk atau jasa tersebut,dan pada akhirnya membuang produk atau jasa tersebut setelah digunakan.

[12] J Paul Peter dan Jerry C Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, edisi II (Jakarta: Salemba Empat, 2013). 6

Berikut beberapa pengertian perilaku konsumen menurut beberapa ahli :

1) Menurut Kotler dan Keller,perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu,kelompok,dan organisasi, memilih membeli,menggunakan,dan bagaimana barang,jasa,ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.
2) Menurut Hasan,perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih,membeli,menggunakan,atau mengatur produk,jasa,ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.
3) Menurut Schiffman dan Kanuk,perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari,membeli,menggunakan,mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk,jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Maka dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana membuat keputusan baik secara individu maupun di dalam organisasi.Perilaku konsumen merupakan hal yang mendasari konsumen untuk membuat sebuah keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.Semakin tinggi tingkat kepuasan yang mampu diberikan sebuah barang kepada konsumen,maka

semakin tinggi pula tingkat permintaan konsumen terhadap barang tersebut,dan begitu juga sebaliknya.[13]

b. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Dalam perilaku konsumen ada banyak faktor yang mempengaruhi seperti faktor kebudayaan,faktor sosial,faktor pribadi,dan faktor psikologi.

1) Faktor Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri,maka perilaku manusia umunya dipelajari.

Dalam faktor kebudayaan terdapat pula faktor subbudaya yang mana faktor ini memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk peran anggotanya.Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis : kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis. Selain subbudaya, terdapat pula faktor kelas sosial yang mana faktor ini adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat,yang tersusun secara hierarki dan yang

[13] Yossie Rossanty, *Costumer Behavior In Era Milennial* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018).4

keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

2) Faktor-faktor Sosial
   a) Kelompok referensi,yaitu kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap seseorang. Kelompok referensi ini digunakan oleh seseorang untuk memberikan pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli ataupun mengkonsumsi.
   b) Keluarga,yaitu lingkungan dimana sebagian orang tinggal dan berinteraksi dengan anggota keluarga lain.Anggota keluarga akan mempengaruhi satu sama lain dalam menciptakan minat beli produk atau jasa.
   c) Peran dan status,seseorang umumnya berpatisipasi dalam kelompok seperti keluarga,klub dan organisasi.Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasikan dalam peran dan status.
3) Faktor-faktor Pribadi
   a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup,usia menjadi faktor pribadi karena konsumen yang berbeda akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda.
   b) Pekerjaan,para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c) Keadaan ekonomi.yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap belanja atau menabung.

d) Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan,minat,dan pendapat seseorang.Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

e) Kepribadian dan konsep diri,yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang realtif konsisten.

4) Faktor-faktor psikologis

a) Motivasi adalah daya yang ada dalam diri konsumen.Motivasi muncul karena adanya kebutuhan.Kebutuhan yang dirasa oleh seseorang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menggunakan suatu produk.

b) Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih,mengatur dan menginterprestasi sebuah informasi.Persepsi seseorang terhadap suatu objek

berbeda-beda karena pemikiran seseorang juga berbeda.

c) Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d) Kepercayaan dan sikap,kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.[14]

2. *Theory Of Planned Behavior* (Teori Pelaku Terencana)

Theory Of Planned Behavior (Teori Pelaku Terencana**)** dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein yang merupakan pengembangan dari teori sebelumnya yaitu *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan).Theory of reasoned action (teori tindakan beralasan),menjelaskan bahwa niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu diakibatkan oleh dua alasan,yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku.Karena banyak perilaku yang tidak sepenuhnya di bawah kontrol penuh individu,maka Ajzen menambahkan konsep *perceived behavioral control*.[15] Dengan adanya penambahan konsep *perceived behavioral control* tersebut,maka Ajzen mengubah *theory of reasoned action* menjadi *theory of planned behavior*.

---

[14] Nugroho J Setiadi, *PERILAKU KONSUMEN : Perspektif Konteporer Pada Motif,Tujuan,Dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana Media Group, 2003).10-14

[15] Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi, "Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 12, no. 6 (2017): 40–46.

Menurut *theory of planned behavior* (teori perilaku terencana) perilaku seseorang akan terwujud jika ada niat untuk berperilaku dalam diri seseorang.Teori ini menyebutkan bahwa intensi adalah fungsi dari tiga determinan dasar,yaitu: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*),norma subyektif (*subjective norm*),persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*).[16]

a. Sikap Terhadap Perilaku (*attitude toward the behavior*)

Sikap terhadap perilaku ditentukan sesuai dengan keyakinan seseorang mengenai konsekuensi yang akan diperoleh dari suatu perilaku (*behavioral beliefs*).*Belief* berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif dan pemahaman mengenai diri seseorang dan lingkungannya.Bagaimana cara mengetahui *belief*,dalam teori perilaku direncanakan ini,Ajzen menyatakan bahwa *belief* dapat diungkapkan dengan cara menghubungkan suatu perilaku yang akan kita prediksi dengan berbagai manfaat atau kerugian yang akan terjadi jika kita melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku berdasarkan evaluasi dari data yang diperoleh bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya.

[16] Yustina Chrismardani, "Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha," Jurnal Kompetensi 10, no. 1 (2016): 90–103.

b. Norma Subyektif(*subjective norm*)

Norma subjektif adalah perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu,karena perasaan ini sifatnya subjektif,maka dimensi ini disebut norma subjektif (*subjective norm*).Hubungan sikap terhadap perilaku sangat menentukan,maka norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan,bedanya adalah apabila hubungan sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakina terhadap perilaku yang akan dilakukan (behavioral belief)maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan seseorang yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain yang berhubungan dengannya (normative belief).

c. **Persepsi Pengendalian Diri (*Perceived Behavioral Control***

Yang dimaksud dengan persepsi kontrol perilaku adalah perasaan seseorang mengenai usaha yang dilakukannya dalam mewujudkan suatu perilaku tertentu.Perasaan yang berkaitan dengan perilaku kontrol ini berhubungan dengan pusat kendali.Pusat kendali berhubungan dengan keyakinan individu dimana keberhasilan dalam melakukan sesuatu tergantung pada

usahanya sendiri.Persepsi kontrol perilaku ini dapat berubah sesuai situasi dan jenis perialku yang dilakukan.[17]

3. Keputusan Penggunaan

a. Pengertian Keputusan

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Etta mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.Setiadi dalam Etta mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan pembeli adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan ilmu pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu di antaranya.[18]

Keputusan pembelian menurut Tjiptono merupakan sebuah proses dimana pembeli mengetahui masalahnya,mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi beberapa dari masing-masing alternatif tersebut untuk dapat digunakan dalam memecahkan masalah,yang kemudian mengarahkannya kepada keputusan pembelian.[19]Menurut Kotler keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.[20]

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen didalam

---

[17] Mahyarni, "Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)," *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1 (2013): 13–23.

[18] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013).120-121

[19] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3 (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).21

[20] Kotler, *Manajemen Pemasaran*.223

menggunakan suatu produk. Dalam menggunakan suatu produk untuk mengambil sebuah keputusan pembelian,konsumen akan melalui proses yang merupakan gambaran dari perilaku konsumen menganalisis berbagai macam pilihan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian.

b. Keputusan Penggunaan Teknologi

UTAUT atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* merupakan model untuk meneliti penerimaan dan keputusan penggunaan dari seorang pengguna atau *user* terhadap sebuah teknologi.Keputusan penggunaan teknologi merupakan keputusan dari individu yang dipengaruhi oleh *behavioral intention* dan *use behavioral*.Keputusan penggunaan teknologi merupakan bagian dari kepercayaan individu untuk menggunakan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh keyakinan,perilaku,tujuan,dan penggunaan aktual dari individu tersebut.

c. Dimensi dalam Keputusan Penggunaan Teknologi

Keputusan penggunaan teknologi terdiri atas empat dimensi,yaitu:

1) Performance Expectancy

Dimensi ini berfokus pada sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mencapai keuntungan dalam performa kinerja.

2) Effort Expectancy

Adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem teknologi yang terdiri atas persepsi kemudahan penggunaan dan kompleksitas dari sebuah teknolgi.

3) Social Influence

Adalah sejauh mana individu memandang bahwa orang lain disekitarnya percaya bahwa dia harus menggunakan sistem teknologi baru.

4) Facialiting Conditions

Adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa ada organisasi atau perusahaan yang menyediakan sebuah infrastruktur teknis yang teratur untuk mendukung penggunaan sistem teknolgi.[21]

d. Model Pengambilan Keputusan

Model pengambilan keputusan menyatakan bahwa konsumen akan mencari informasi yang banyak hanya jika seseorang dalam situasi keterlibatan yang tinggi terhadap produk yang dicarinya atau ketika seseorang mencari pemecahan masalah yang diperluas.Ada tiga faktor yang menentukan proses pencarian informasi yang ekstensif.

1) Faktor Resiko Produk

Semakin tinggi konsumen memiliki persepsi risiko terhadap produk yang akan dibelinya,maka konsumen akan

[21] Lusiana Herlinawatidan Astrie Krisnawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung," *Jurnal E-Proceedings Of Management* 8, no. 3 (2021).

mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai produk tersebut.

2) Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen,kepribadian konsumen,dan karakteristik demografi konsumen.Konsumen yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak mengenai produk mungkin tidak termotivasi untuk mencari informasi,karena seseorang sudah merasa cukup dengan pengetahuannya untuk mengambil keputusan.

3) Faktor Situasi

Faktor situasi adalah keadaan lingkungan yang dihadapi oleh seorang konsumen.Konsumen mungkin memiliki waktu yang terbatas,sehingga tidak melakukan pencarian informasi yang ekstensif.[22]

e. Indikator Keputusan

Kotler dan Keller menjelaskan terdapat lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan,yakni sebagai berikut :

1) Pengenalan Masalah

Seorang konsumen akan melakukan pembelian jika telah menyadari masalah atau kebutuhan yang

[22] Ujang Samarwan, *Perilaku Konsumen :Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).299-300

dihadapinya.Contohnya ketika merasa lapar,otomatis akan merangsang otak untuk membeli sebuah makan.Kepekaan perusahaan melihat suatu kebutuhan-kebutuhan masyarakat yang belum dapat dipenuhi akan mendorong terjadinya suatu bisnis yang besar,terlebih jika pertumbuhan perusahaan dibarengi dengan bauran pemasaran yang utuh.Untuk itu pencarian informasi mengenai permasalahan kebutuhan masyarakat sangatlah perlu.

2) Pencarian Informasi

Sebelum memutuskan suatu pembelian seorang konsumen terlebih dahulu mencari informasi terkait barang/jasa yang akan dibelinya,terlebih jika produk tersebut mempunyai dampak yang penting maka konsumen akan sangat hati-hati dalam memutuskan pembelian.Proses pencarian informasi suatu produk akan dimulai dari orang yang terdekat seperti :

a) Sumber Pribadi,meliputi keluarga,teman,dan tetangga
b) Sumber Komersial,meliputi iklan dan situs web
c) Sumber Eksperimental,meliputi penggunaan produk

3) Evaluasi Alternatif

Proses evaluasi memiliki tahapan yaitu: pertama, konsumen berusaha memuaskan kebutuhan, kedua konsumen mencari manfaat produk, ketiga konsumen

melihat kelengkapan produk sebagai acuan pemenuh kebutuhan. Kelengakapan atau atribut suatu produk bermacam-macam tergantung jenis produk itu sendiri. Misal, untuk memutuskan membeli makanan disebuah *restaurant* konsumen akan melihat kebersihan, lokasi, keramaian pengunjung dan harga. Setiap konsumen akan mempertimbangkan apakah suatu produk yang benar-benar memberikan manfaat dan daya guna yang tinggi atau malah sebaliknya,untuk itu adanya tahap evaluasi alternatif berguna untuk memilih produk-produk yang bermanfaat.Tahap akhir pada proses evaluasi ini yaitu suatu keyakinan pada salah satu produk yang akan memberikan manfaat dan kualitas lebih dibandingkan dengan produk-produk lain yang kemudian akan tercermin pada sikap bangga dan produk yang dipilih tersebut

4) Keputusan Pembelian atau Penggunaan

Setelah konsumen mengetahui kebutuhannya, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, tahapan selanjutnya yaitu konsumen melakukan keputusan pembelian. Dalam tahap evaluasi, konsumen mengumpulkan beberapa merek yang dinilai dapat memberikan manfaat kemudian menyeleksi dan memilih satu produk yang akan dibeli. Keputusan pembelian tersebut didasari oleh

keyakinan pada suatu produk dibandingkan dengan produk lain,keyakinan memilih suatu merek dibandingkan dengan merek lain dan keyakinan akan pemenuhan oleh produk tersebut karena kuantitasnya yang cukup memadai dan persebarannya yang baik.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan keputusan pembelian dan mengkonsumsi,konsumen akan benar-benar dapat menilai produk tersebut.Disinilah konsumen akan merasakan kepuasan atau malah ketidakpuasan akan suatu produk yang kemudian akan berdampak pada loyalitas konsumen atau bahkan malah meninggalkan produk tersebut.Berikut merupakan perilaku konsumen setelah melakukan keputusan pembelian,yaitu:

a) Kepuasan pasca pembelian

Konsumen akan merasakan kepuasan jika suatu produk dapat memenuhi harapannya,bahkan akan sangat puas jika produk dapat melebihi kriteria yang diharapkan.Atau mungkin sebaliknya yaitu kecewa karena karena produk tidak dapat memenuhi harapannya.

b) Tindakan pasca pembelian

Jika konsumen puas,konsumen akan membeli produk itu kembali,dan akan merekomendasikan kepada orang lain,karena pada prinsipnya seorang konsumen yang merasa terpenuhi kebutuhannya akan membicarakan hal-hal yang baik tentang produk tersebut yang pada akhirmya menyarankan kepada orang lain juga untuk menggunakan produk yang sama.dipihak lain konsumen yang kecewa mungkin mengabaikan produk tersebut.[23]

4. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan (*financial literacy*) adalah pengetahuan dan keterampilan masyarakat,dimana karena pengetahuan dan keterampilan tersebut masyarakat mampu memberikan keyakinan terkait lembaga keuangan dan berbagai produk di dalamnya dalam parameter ukuran indeks. Lusardi, Mitchell dalam Ismanto mendefinisikan literasi keuangan merupakan kemampuan kognitif dan pendidikan keuangan yang mempengaruhi perilaku dan kegiatan keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan.[24] Otoritas jasa keuangan dalam strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia

[23] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (t.tp: Erlangga, 2009).184-188

[24] Hadi Ismanto, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: Deepublish, 2009).100

(SNLKI) mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.[25]

Aspek sikap dan perilaku keuangan menjadi perhatian berbagai negara pada saat merevisi strategi nasional literasi keuangan mereka.Sikap dan perilaku keuangan tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan bukan hanya semata-mata mengetahui,terampil dalam memanfaatkan,dan meyakini lembaga,produk dan layanan jasa keuangan,melainkan juga mengenai pentingnya perubahan sikap dan perilaku keuangan seseorang agar hidup lebih sejahtera.*World Bank dalam Trends in the Objectives of National Financial Capability Strategies* menerangkan bahwa alasan yang mendasari perlunya aspek sikap dan perilaku keuangan dalam literasi keuangan adalah program literasi keuangan yang hanya mengandalkan pendekatan pengetahuan saja tidak dapat mengubah perilaku seseorang jika mereka tidak memiliki sikap dan motivasi.[26]

Berdasarkan pengertian diatas maka diambil kesimpulan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam pengelolaan dan

[25] Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

[26] World Bank, *Trends in the Objectives of National Financial Capability Strategies* (World Bank, 2016).9.

pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan finansial.

b. Prinsip Dasar Literasi Keuangan

Prinsip dasar literasi keuangan yang terdapat di dalam SNLKI (2017) antara lain :

1) Terencana dan terukur

Kegiatan yang dilakukan memiliki konsep yang sesuai dengan sasaran,strategi,kebijakan otoritas dan kebijakan perilaku usaha jasa keuangan serta memiliki indikator untuk memperoleh informasi peningkatan literasi keuangan.

2) Berorientasi pada pencapaian

Kegiatan yang dilakukan mampu mencapai tujuan peningkatan literasi keuangan dengan mengoptimalkan sumber daya yanga ada.

3) Berkelanjutan

Kegiatan yang dilakukan secara berkesinambungan untuk mencapai tujuan yang direncanakan serta memiliki aspek jangka panjang.Dalam penerapan prinsip berkelanjutan,pelaku usaha jasa keuangan perlu mengutamakan pemahaman terhadap pengolahan lembaga dan produk layanan jasa keuangan.

4) Kolaborasi

Kegiatan yang dilakukan melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan secara bersama-sama.[27]

c. Tujuan Literasi Keuangan

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.070/2016 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan atau masyarakat pada pasal 3,diuraikan bahwa tujuan literasi keuangan meliputi :

1) Meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu.
2) Perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik,sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga,produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.[28]

OJK menyatakan bahwa misi penting dari program literasi keuangan adalah untuk melakukan edukasi dibidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas,meningkatkan pengetahuan tentang industri keuangan agar

[27] Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*, 2017.80.

[28] Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016, *Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat Pasal 3,4*, n.d.

masyarakat tidak mudah tertipu pada produk-produk investasi yang menawarkan keuntungan tinggi dalam jangka waktu pendek tanpa mempertimbangkan resikonya.

d. Dimensi Literasi Keuangan

Literasi keuangan terdiri atas empat dimensi yaitu :

1) Uang dan Transaksi

Pada dimensi ini berfokus kepada topik keuangan pribadi seperti pembayaran sehari-hari,pengeluaran,nilai uang,kartu bank,cek,rekening bank,dan mata uang.

2) Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan

Pada dimensi ini penghasilan dan kekayaan membutuhkan perencanaan dan pengelolaan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

3) Risiko dan Keuntungan

Pada dimensi ini,berfokus pada kemampuan untuk mengidentifikasi cara mengelola,menyeimbangkan dan mencakup risiko serta pemahaman tentang potensi keuntungan atau kerugian finansial di berbagai konteks keuangan.

4) Financial Landscape

Pada dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan mengenai berbagai karakter dan fitur di dalam dunia keuangan seperti hak serta tanggung jawab konsumen dalam kegiatan keuangan dan

bagaimana seorang individu memiliki sumber daya informasi yang baik mengenai dunia keuangan.[29]

e. Indikator Literasi Keuangan

Indikator literasi keuangan menurut Otoritas Jasa mencakup hal-hal sebagai berikut:

1) Pengetahuan,langkah awal bagi seseorang untuk memiliki literasi keuangan yang baik adalah pengetahuan mengenai industri jasa keuangan yang terdiri dari Perbankan,Pasar Modal,Lembaga Pembiayaan,Asuransi,Pegadaian,Dana Pensiun,dan lembaga jasa keuangan lainnya.Langkah selanjutnya adalah mengetahui produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan.Kemudian masyarakat perlu juga mengetahui karakteristik dari produk dan layanan jasa keuangan.Karakteristik tersebut meliputi manfaat,fitur,risiko,cara memperoleh,biaya,denda,hak dan kewajiban dari suatu produk,serta layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.
2) Keterampilan,kemampuan untuk mengelola keuangan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki.Pengetahuan yang dimiliki masyarakat terkait keuangan perlu dilengkapi dengan kemampuan masyarakat dalam melakukan perhitungan sederhana

[29] Krisnawati, "*Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung*."

mengenai bunga atau bagi hasil,angsuran atau pinjaman,hasil investasi,biaya penggunaan produk dan layanan jasa keuangan,denda,perbedaan nilai mata uang dan inflasi.Semakin baik pemahaman indivdu terhadap *financial literacy* maka akan semakin baik juga individu tersebut mengelola keuangan.

3) Keyakinan,memiliki keyakinan terhadap lembaga,produk dan layanan jasa keuangan.Sebelum masyarakat menggunakan produk atau layanan jasa keuangan,masyarakat perlu memiliki keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan sebagai perusahaan yang menawarkan produk dan jasanya.
4) Sikap dan perilaku,aspek sikap dan perilaku menjadi perhatian berbagai negara pada saat merevisi strategi nasional literasi keuangan mereka.Sikap dan perilaku keuangan tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan bukan hanya semata-mata mengetahui, terampil dalam memanfaatkan, meyakini lembaga, produk,dan layanan jasa keuangan, melainkan juga mengenai pentingnya perubahan sikap dan perilaku keuangan seseorang agar hidup lebih sejahtera.Tujuan keuangan sangat penting bagi setiap orang karena tujuan keuangan ini akan menentukan bagaimana seseorang merencanakan dan mengelola keuangan untuk mencapai tujuan keuangan yang ingin dicapai.[30]

[30] Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

f. Kategori Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membagi tingkat literasi keuangan menjadi beberapa tingkatan,yakni sebagai berikut:

1) *Well literate* yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan,termasuk fitur,manfaat dan risiko,hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan,serta memiliki keterampilandalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
2) *Sufficient literate* yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan,termasuk fitur,manfaat dan risiko,hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
3) *Less literate* hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan,produk dan jasa keuangan.
4) *Not Literate* tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan,serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

5. *Mobile Banking*

a. Pengertian *Mobile Banking*

Menurut Bank Indonesia (BI), *Mobile Banking (m-banking)* adalah transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan perangkat *mobile* dimanapada umumnya berupa ponsel atau *smartphone* yang

sumber dananya berasal dari tabungan para nasabah di bank.[31] Pengertian lain dari *M-banking* adalahsuatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukungkelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan.[32] Sehingga dapat dipahami bahwa *M-banking* ini merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabahnya untuk mempermudah dalam bertransaksi yang berupa aplikasi dalam ponsel atau *smartpone*.

b. Kualitas Layanan *Mobile Banking*

Faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan m-banking dapat dilihat dari kualitas layanan m-banking yaitu:[33]

1) *Speed* yaitu kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukanlayanan *m-banking*.
2) *Security* yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan *mbanking.*Transaksi melalui *m-banking* ini sangat aman karena sebelummelakukan aktivasi nasabah harus terlebih dahulu mendaftarkan nomor rekening nasabah melalui ATM atau kantor cabang terdekat.Dalam segi keamanan, sistem pengamanannya adalah standar,yaitu untuk melakukan transaksi pemilik *m-banking* harus memasukkannomor PIN yang sudah diberikan. Selain itu, jaringan internet *mbanking* lebih aman daripada

[31] Bank Indonesia, *Daftar Istilah Perkembangan Sistem Pembayaran*, 2015.

[32] Syamsul Hadi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Pendidikan,Universitas Islam Indonesia*, 2014, 55.

[33] Aditya Wardhana, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia," *Jurnal Manajemen* 10, no. 2 (2015): 276.

internet banking karena jaringan *mbanking* menggunakan sistem pengamanan ganda atau berlapis

3) *Accurary* yaitu ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *m-banking.* Nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya menggunakan layanan GSM maupun CDMA dengan *smartphone.*Melalui *m-banking,* nasabah dapat melakukan transaksi yang sama dengan yang biasa dilakukan di atm atau bank, mulai dari cek saldo, melihat rincian transaksi, transfer uang, pembelian pulsa isi ulang sampai pembayaran berbagai jenis tagihan listrik, air, telepon maupun kredit.[34]

4) *Trust,* yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *m-banking.*

c. Penggunaan *Mobile Banking*

Penggunaan sistem menurut Davis dalam Tirtana, dkk, adalah kondisi nyata pada penggunaan sistem. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktivitas mereka,yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

[34] Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, Cet 1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).hlm 130

Mobile Banking sebagai salah satu bentuk aplikasi sistem juga dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas penggunanya. Oleh karena itu, penggunaan *mobile banking* adalah kondisi nyata penggunaan layanan *mobile banking* oleh masyarakat. Dengan *mobile banking*, masyarakat tidak perlu lagi membuang waktu untuk mengantri di bank atau ATM, karena saat ini banyak transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dengan mudah dan praktis melalui *handphone.* Contohnya adalah transfer antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang ataupun pengecekan mutasi dan saldo rekening.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2 1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Siswanti (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating.	-Literasi Keuangan digital dan sosial ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment* -Hasil hipotesis tidak langsung menunjukkan bahwa budaya mampu memperkuat pengaruh literasi keuangan dan sosial ekonomi positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment.*
2	Yuhelmi (2022)	Peran Literasi Keuangan dalam meningkatkan penggunaan Mobile Banking	Penelitian ini menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat

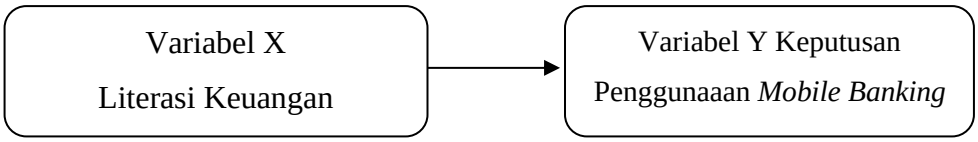
			penggunaan mobile banking.
3	Akbar Andhika (2019)	Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada UMKM selama masa pandemi Covid-19 dalam perspektif ekonomi islam.	-Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung -Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di kota Bandar Lampung -Literasi keuangan dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.
4	Mulasiwi dan Juliaelvi (2020)	Optimalisasi *Financial Technology* (Fintech) terhadap Peningkatan Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Usaha Menengah Purwokerto	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan keuangan berbasis fintech memiliki pengaruh positif terhadap literasi keuangan dan inklusi keuangan usaha mikro di Purwokerto.
5	Maulina Dinda Sari (2019)	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Pada Perilaku Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* di Bandar Lampung	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Financial Technology (Fintech*) di Bandar Lampung
6	Dinda Hasnanafisa (2021)	Pengaruh *Fintech* dalam meningkatkan literasi keuangan	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa -peran fintech berpengaruh negatif

			tidak signifikan terhadap literasi keuangan. -penggunaan fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan literasi keuangan.
7	Rozaq M Yasin (2021)	Analisi pengaruh layanan digital perbankan syariah terhadap literasi keuangan syariah generasi milenial	Hasil dalam penelitian ini adalah *Mobile banking* dan *internet banking* berpengaruh signifikan dan positif terhadap literasi keuangan generasi milenial di kudus.

Sumber : Penelitian Terdahulu

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yaitu model konseptual tentang bagaiman teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting.Jadi,secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y).[35]Adapun kerangka konsep yang menghubungkan antara literasi keuangan dan keputusan penggunaan *Mobile Banking* adalah sebagai berikut :



Hipotesis dapat diartikan sebagai rumusan masalah sementara terhadap penelitian yang tengah di lakukan, di mana dalam rumusan masalah

[35] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017).

penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Meski hipotesis dapat diartikan sebagai rumusan masalah sementara, namun hal ini perlu dilakukan pengujian lebih lanjut mengenai kebenaran yang sebenarnya dalam penelitian yang tengah dilakukan.

H_a : Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.

H_0 : Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking.*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data.Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk kuisioner.

B. Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yakni menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan ilmu alam atau filsafat *positivisme*, yang mana metode ini digunakan untuk menganalisis sampel dan populasi tertentu yang dikumpulkan secara random, yang mana pengujian hipotesisnya menggunakan analisis data yang bersifat statistik. Penelitian ini biasanya digunakan untuk menguji teori yang sudah ada demi mencapai pemikiran yang baru, penelitian ini juga dapat digunakan untuk menguji suatu produk entah produk yang memang sudah ada ataupun produk baru. Penelitian ini juga dapat disebut sebagai penelitian jenis asosiatif yang memiliki tujuan untuk menganalisis hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain.[36]

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pakan Labuah Bukittinggi dan waktu yang dilakukan bulan Februari sampai dengan selesai.

---

[36] Sugiyono.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan kelompok berupa objek seperti manusia, hewan, tumbuhan, yang nantinya akan diteliti yang mana hasil penelitiannya dapat menjadi ukuran mengenai seberapa bergunanya penelitian tersbeut bagi kelompok atau situasi.Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat kelurahan Pakan Labuah,provinsi Sumatera Barat yang berjumlah 3303 jiwa.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik di dalam populasi tersebut. Terdapat banyak jenis sampel yang dapat dijadikan penelitian, seperti sifat, benda, manusia, peristiwa dan lain-lain. Pengambilan sampel dilakukan apabila populasi yang akan diteliti terlalu besar dan peneliti terbatas ;mdalam mempelajari semua itu, maka sampel akan menjadi penentu. sampel meiliki sifat sebagai perwakilan atau representatif.Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya maka peneliti dapat mengambil sampel yang di ambil dari populasi tersebut.[37]Rumus yang menentukan sampel yaitu rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N_e{}^2}$$

[37] Sugiyono.

Dimana:

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang tidak ditolerir (e=0,1)

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%)untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%)untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi,rentang sampel yang diambil dari teknik slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.Berdasarkan rumus Slovin tersebut,maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{3303}{1+3303(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3303}{1+3303(0,01)}$$

$$n = \frac{3303}{34,03}$$

= 97,06 = 97

= dibulatkan menjadi 100

Dengan menggunakan rumus Slovin tersebut,di dapat jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 100.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu unsur-unsur dalam penelitian yang bagaimana untuk mengukur variabel. Sehingga dengan melakukan pengukuran maka dapat diketahui indikator-indikator apa saja yang akan dijadikan sebagai pendukung dari variabel-variabel yang nantinya dianalisa. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu buah variabel independen atau yang mempengaruhi dan satu buah variabel dependen atau yang dipengaruhi.

1. Variabel Dependen (variabel Y)

Variabel dependen ialah tipe variabel dengan menjelaskan atau mempengaruhi variabel independen.Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan penggunaan *Mobile Banking*.Kebutuhan penggunaan *Mobile Banking* tergantung pada preferensi dan kebutuhan seseorang.*Mobile Banking* dapat digunakan untuk berbagai transaksi, pembayaran, dan penawaran khusus.Keamanan dan manfaat yang ditawarkan oleh Mobile *Banking* dapat memutuskan seseorang untuk mempertimbangkan apakah seseorang menggunakan *Mobile Banking* atau tidak.

2. Variabel independen (variabel X)

Variabel independen ialah tipe variabel yang mempengaruhi atau menjelaskan variabel lain.Variabel independen dalam penelitian ini adalah literasi keuangan.Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan pada kehidupan finansial individu dan masyarakat secara keseluruhan.Dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi,seseorang

cenderung lebih mampu mengelola keuangan pribadi mereka,membuat keputusan investasi yang bijak,dan memahami resiko keuangan.Literasi keuangan yang baik tentunya bisa membuat keputusan seseorang untuk beralih menggunakan *Mobile Banking*.

Tabel 3 1 Variabel Penelitian dan Definisi

No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Literasi Keuangan	Pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang berpengaruh terhadap sikap dan perilaku dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan.	1. Pengetahuan 2. Keterampilan 3. Keyakinan 4. Sikap dan Perilaku
2	Keputusan Penggunaan Mobile Banking	Hasil dari pertimbangan pribadi meliputi kenyamanan, keamanan, dan kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh layanan *mobile banking*.	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan penggunaan atau pembelian 5. Perilaku pasca pembelian

Sumber : Jurnal Penelitian Terdahulu

F. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini merupakan sumber data primer, yang data primer ini didapatkan dari :

1. Kuesioner

   Penyebaran kuisioner melalui *google form* dan kuesioner tersebut disebar melalui media sosial. Didalam kuesioner dibagi menjadi dua bagian, yakni :

a. Bagian pertama berisi pertanyaan mengenai data pribadi responden yang tentunya akan dijaga kerahasiannya.

b. Bagian kedua berisi pertanyaan yang digunakan untuk menguji variabel penelitian menggunakan skala Likert.

Tabel 3 2 Skor Ketentuan Kuisioner

Skor	Keterangan
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian.Sehingga dapat secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.[38]

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat digunakan sebagai pengumpulan data apabila informasi yang dikumpulkan bersumber dari dokumen,seperti buku,jurnal,surat kabar,notulen rapat dan sebagainya.Adapun pelaksanaan metode ini adalah dengan mencatat data-data yang ada pada dokumen-dokumen,buku pedoman,dan arsip yang ada pada Kelurahan Pakan Labuah.

[38] Hironymus Ghodang, *Path Analysis (Analisis Jalur) Konsep Dan Praktik Dalam Penelitian* (Medan: PT Penerbit Mitra Group, 2020).Hal 8

G. Teknik Pengolahan Data

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan analisis *explanatory* yaitu salah satu jenis penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel di dalam penelitian dan menguji hipotesis yang sebelumnya telah dirumuskan. Maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana, yang mana pengolahan datanya dilakukan menggunakan SPSS 26.

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas dan uji reabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur.Jika instrumen dikatakan valid jika menunjukkan alat ukur ang digunakan untuk mendapatkan data tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur.[39]

Uji validitas yaitu suatu ukuran yang digunakan dalam mengukur tingkat kevalidan instrumen penelitian.Suatu instrumen penelitian yang valid mempengaruhi validitas tinggi,serta kebalikannya jika suatu instrumen yang tidak valid akan memiliki validitas yang rendah.Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian..

[39] Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan Dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2013).Hal 97

Uji validitas dihitung dengan membandingkan antara r_{hitung} (*pearson correlation*) dengan rtabel.Pertanyaan dalam kuisioner dapat dinyatakan valid apabila rhitung > rtabel.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi serta stabilitas pengukuran tertentu jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur tersebut secara berulang.

Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program spss 26 *for windows*.Instrumen penelitian dikatakan reliable apabila memberikan nilai *cronbachalpha* ( ) >0,60.Alpha >0,60 maka reliable.Nilai Alpha <0,60 maka tidak reliable.[40]

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian data yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual yang telah distandarisasi bersikap normal atau tidak. Jika nilai yang telah distandarisasi bersikap normal atau hampir normal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan baik. Uji normalitas dapat dinyatakan normal apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 (>0,05) dan sebaliknya apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 (<0,05) maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

[40] H Miftachul 'Ulum, *Uji Validitas Dan Uji Realibilitas* (Malang, 2016).Hal 7-8

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan mengetahui linearitas hubungan variabel dependen dan independen. Model regresi yang baik seharusnya memiliki hubungan yang linear antara variabel dependen dan independen.Dasar pengambilan keputusan yaitu sig. deviation from linearity > 0,05,maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (x) terhadap variabel akibatnya.Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan x atau disebut juga *predictor* sedangkan variabel akibat dilambangkan dengan Y disebut dengan *response*.Regresi liner sederhana disebut juga dengan SLR (*simple linear regression*).Model persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + b_x + e$$

Dimana :

Y : Keputusan penggunaan mobile banking

a : Konstanta atau bila harga x=0

b : Koefisien regresi

e : Standar errror

X : Literasi Keuangan

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi pada intinya mengetahui kekuatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 3 3 Tabel Dasar pengambilan keputusan koefisien korelasi

Batasan	Kategori
0,800-1,000	Sangat Tinggi
0,600-0,799	Tinggi
0,400-0,599	Cukup
0,200-0,399	Rendah
0,000-0,199	Sangat Rendah

b. Koefisien Determinasi (r2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kontribusi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1, apabila nilai koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka hal ini dapat dikatakan bahwa variabel independen hampir mampu memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

c. (Uji t) Uji Signifikan Parsial

Uji signifikan parsian atau uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji t adalah sebagai berikut :

1. Apabila Thitung < Ttabel ini artinya H0 ditolak dan H1 diterima yang mana variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila Thitung > Ttabel maka H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum objek penelitian

1. Kondisi umum kelurahan Pakan Labuah

Kelurahan Pakan Labuah merupakan wilayah administratif dari kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh yang terletak dihamparan persawahan dan Lembah Tambuo yang mengalir sungai Batang Tambuo memanjang dari Selatan ke Utara Kelurahan Pakan Labuah sekaligus merupakan batas administratif antara wilayah kelurahan Pakan Labuah berbatasan dengan nagari yang termasuk wilayah kabupaten Agam kecamatan Banuhampu. Batas-batas wilayah secara geografis kelurahan Pakan Labuah adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kelurahan Parit Antang

Sebelah Selatan : Kecamatan Banuhampu

Sebelah Barat : Kelurahan Tarok Dipo dan Aur Kuning

Sebelah Timur : Kelurahan Kubu Tanjung

2. Letak Geografis

Kelurahan Pakan Labuah terletak di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh (ABTB).Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh (ABTB) dengan luas wilayah 9,252 Km2 mempunyai penduduk sebanyak 20.733 orang .Untuk di Kelurahan Pakan Labuah Per tahun 2020 memiliki jumlah penduduk sebanyak 3.303 jiwa.Kecamatan ini terdiri dari 9 kelurahan yaitu:

a. Kelurahan Belakang Balok
b. Kelurahan Birugo

c. Kelurahan Aur Kuning

d. Kelurahan Sapiran

e. Kelurahan Kubu Tanjuang

f. Kelurahan Pakan Labuah

g. Kelurahan Ladang Cakiah

h. Kelurahan Parit Antang

Untuk wilayah Kelurahan Pakan Labuah memiliki luas wilayah yaitu 1.180 kilometer persegi,yang terdiri dari 7 RW dan 14.

3. Visi dan Misi Kelurahan Pakan Labuah

a. Visi

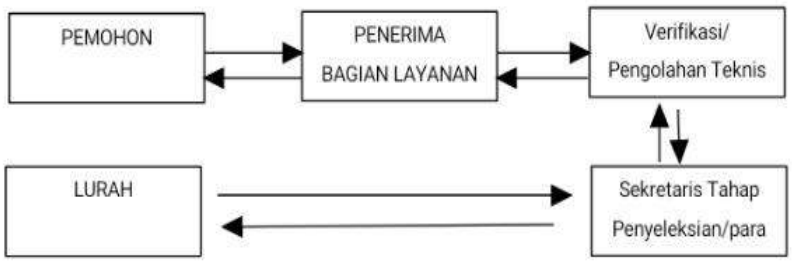
Terwujudnya Pelayanan publik yang prima,akuntabel,dan transparan.

b. Misi

1) Mewujudkan tertib administrasi pelayanan untuk memberikan kepastian hukum dalam proses maupun produk pelayanan sebagai wujud tanggung jawab pelaksanaan tugas.
2) Meningkatkan profesionalisme dan kinerja aparatur dalam penyelenggaraan pelayanan publik.
3) Membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan publik yang berkualitas dan akuntabel sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4) Mewujudkan wilayah kelurahan yang berwawasan lingkungan.

4. Alur Pelayanan Kelurahan Pakan Labuah

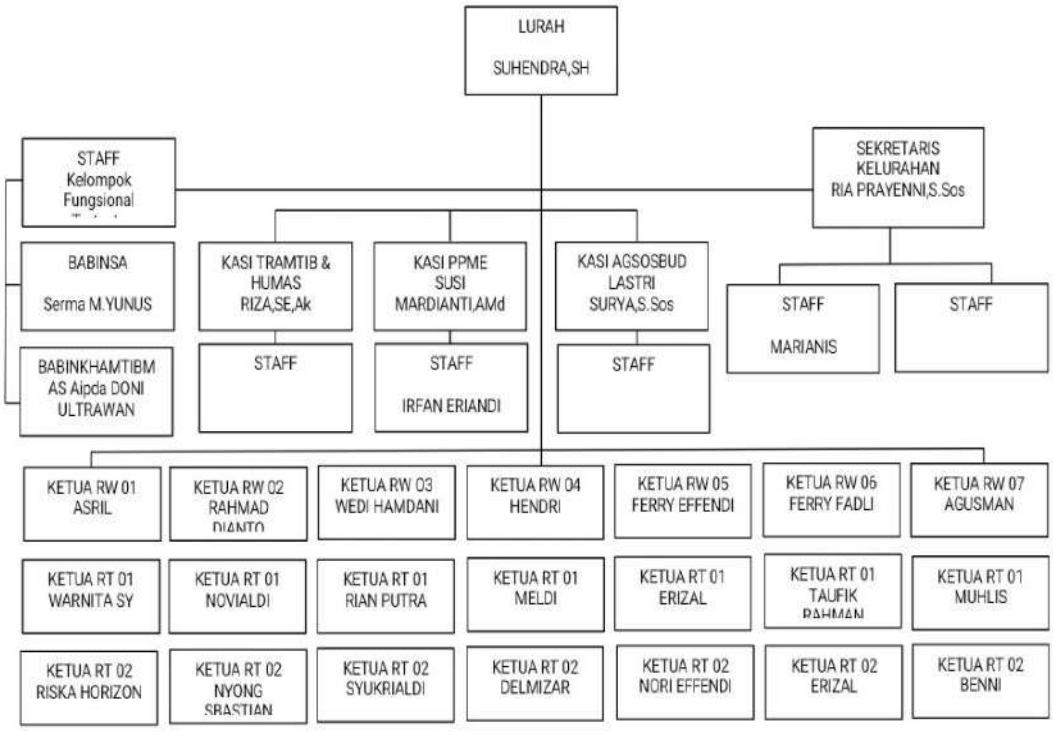
Gambar 4 1 Alur Pelayanan Kelurahan Pakan Labuah



Sumber : Kelurahan pakan labuah

5. Struktur Organisasi

Gambar 4 2 Struktur Organisasi Kelurahan Pakan Labuah



Sumber : Kelurahan pakan labuah

6. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah.Responden yang menjadi objek penelitian ini berjumlah 100 responden.Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Penggolongan responden dilakukan untuk mengetahui secara jelas dan akurat mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang telah diolah,maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	60	60%
2	Laki-laki	40	40%
	Jumlah	100	100%

Sumber:*hasil olahan data,tahun 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari penelitian terhadap 100 responden menunjukkan bahwa penggolongan berdasarkan jenis kelamin yang paling banyak adalah perempuan yaitu 60 % dari total responden.Sedangkan laki-laki hanya 40 % dari total responden.Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu perempuan.

b. Usia

Berdasarkan data yang telah diolah,maka hasil persebaran respondenberdasarkan Usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4 2 Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	18-25	58	58%
2	26-30	18	18%
3	31-35	11	11%
4	36-40	5	5%
5	41-45	3	3%
6	46-50	5	5%
	Jumlah	10	100%

Sumber : hasil olahan data,tahun 2024

Berdasarkan tabel diatas,dapat diketahui bahwa masyarakat dengan frekuensi usia 18-25 sebanyak 58 orang dengan persentase sebesar 58%%,kemudian responden dengan usia 26-30 sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 18%,kemudian responden dengan usia 31-35 sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 11,%,kemudian responden dengan usia 36-40 sebanyak 5 orang dengan persentase 5%,kemudian responden dengan usia 41-45 sebanyak 3 orang dengan persentase 3,,dan responden dengan usia 46-50 sebanyak 5 orang dengan persentase 5.Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah dengan usia 18-25 dengan jumlah 58 orang.

c. Pekerjaan

Dalam bagian ini responden dibagi berdasarkan kelompok jenis pekerjaan.Pembagiannya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa/i	48	48%
2	Ibu Rumah Tangga	10	10%
3	Wiraswasta	11	11%
4	Karyawan swasta	15	15%
5	Petani	3	3%
6	Lainnya	13	13%
	Jumlah	100	100%

Sumber :*Hasil olahan data,tahun 2024*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berdasarkan karakteristik pekerjaan mahasiswa sebanyak 48 orang dengan persentase 48%,kemudian untuk pekerjaan Ibu rumah tangga sebanyak 10 orang dengan persentase 10%,kemudian untuk pekerjaan wiraswasta sebanyak 11 orang dengan persentase 11%,kemudian untuk karyawan swasta ada 15 orang dengan persentase 15%,kemudian petani sebanyak 3 orang dengan persentase sebanyak 3% ,dan masyarakat yang pekerjaan lainnya sebanyak 13 orang dengan persentase 13%.Dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan karakteristik pekerjaan dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa.

d. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data yang telah diolah,maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4 4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD	-	-
2	SMP	2	2%

3	SMA	70	70%
4	Sarjana	28	28%
5	Magister	-	-
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas,menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SD tidak ada,kemudian responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 2 orang dengan persentase 2%,kemudian untuk responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 70 orang dengan persentase 70%,kemudian responden dengan pendidikan terakhir Sarjana 28 dengan persentase 28%,dan responden dengan pendidikan terakhir sarjana tidak ada.Dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan karakteristik pendidikan terkahir di dominasi oleh SMA.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu ukuran yang digunaka dalam mengukur tingkat kevalidan instrumen penelitian.Suatu instrumen penelitian yang valid mempengaruhi validitas tinggi,serta kebalikannya jika suatu instrumen yang tidak valid akan memiliki validitas yang rendah. Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini,dimana keseluruhan variabel penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 14 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

Uji validitas dihitung dengan membandingkan antara r_{hitung} (*pearson correlation*) dengan rtabel.Pertanyaan dalam kuisioner dapat dinyatakan valid apabila rhitung >rtabel.Untuk mencari nilai rtabel dengan tingkat signifikan 5% yaitu df (derajat kebebasan) = n-2 = 100-2=98.Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 4 5 Hasil Uji Validitas Variabel X

No.	Pokok Variabel	v	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Literasi Keuangan (X)	x1	0,787	0,196	Valid
2		x2	0,840	0,196	Valid
3		x3	0,809	0,196	Valid
4		x4	0,817	0,196	Valid
5		x5	0,782	0,196	Valid
6		x6	0,820	0,196	Valid
7		x7	0,814	0,196	Valid

Sumber:Data Diolah SPSS,2024

Pada tabel dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam istrumen variabel X nilai yang dihasilkan dinyatakan valid.Hal ini diketahui dengan cara membandingkan setiap nilai r_{hitung}(*pearson correlation*) dengan r_{tabel},dan menghasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga hasilnya dinyatakan valid.

Tabel 4 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No.	Pokok Variabel	V	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Keputusan Penggunaan Mobile Banking (Y)	y1	0,865	0,196	Valid
2		y2	0,833	0,196	Valid
3		y3	0,901	0,196	Valid
4		y4	0,853	0,196	Valid
5		y5	0,843	0,196	Valid
6		y6	0,858	0,196	Valid
7		y7	0,792	0,196	Valid

Sumber : Data diolah SPSS,2024

Pada tabel didapatkan hasil bahwa setiap pernyataan dalam instrumen variabel Y nilai yang dihasilkan dinyatakan valid.Hal ini diketahui dengan cara membandingkan setiap nilai r_{hitung} (*pearson correlation*) dengan r*tabel*,dan menghasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga hasilnya valid.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah tabel yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.Suatu variabel dinyatakan reabilitas apabila nilai coefficients cronbach's alpha >0,60.Adapun hasil uji reliabilitas penelitian ini yaitu :

Tabel 4 7 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	cronbach's alpha	Batas nilai cronbach's	Keterangan
1	Literasi Keuangan (X)	0,918	0,60	Reliabel
2	Keputusan Penggunaan Mobile Banking (Y)	0,937	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS,2024

Pada tabel menjelaskan bahwa nilai cronbach's alpha variabel literasi keuangan (X) yaitu sebesar 0,918 dan nilai variabel keputusan penggunaan mobile banking(Y) yaitu 0,937 .Hal ini menunjukkan bahwa cronbach's alpha tiap variabel > 0,60.Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator dari variabel X maupun Y merupakan alat ukur yang reliable atau handal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen,variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.Model yang baik yaitu distribusi atau mendekati normal.

Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas ini jika nilai signifikansi > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal.Jika nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal Adapun hasil pengujian uji normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4 8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,65489510
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,089
	Negative	-,076
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,051[c]

Sumber : Data diolah SPSS,2024

Hasil analisis uji normalitas diperoleh nilai signifikansi variabel sebesar 0,051 > 0,05 sehingga bisa disimpulkan berdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan mengetahui linearitas hubungan variabel dependen dan independen.Model regresi yang baik seharusnya

memiliki hubungan yang linear antara variabel dependen dan independen.Dasar pengambilan keputusan yaitu sig. deviation from linearity > 0,05,maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Tabel 4 9 Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Penggunaan Mobile Banking (Y) * Literasi Keuangan (X)	Between Groups	(Combined)	1745,379	18	96,966	14,753	,000
		Linearity	1579,962	1	1579,962	240,386	,000
		Deviation from Linearity	165,418	17	9,730	1,480	,123
	Within Groups		532,381	81	6,573		
	Total		2277,760	99			

Sumber : Data diolah SPSS,2024

Hasil analisis penelitian,diperoleh *deviation from linearity* memiliki nilai 0,123 > 0,05.Maka disimpulkan bahwa hubungan antara variabel literasi keuangan (X) dengan variabel keputusan penggunaan *mobile banking* (Y) memenuhi kriteria linear.

3. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana digunakan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel dependen dan independen.Dalam penelitian ini variabel independen yaitu literasi keuangan (X),sedangkan variabel dependen adalah keputusan penggunaan *mobile banking* (Y).Bentuk pemodelan regresi :

$$Y = a + b_x + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Penggunaan Mobile Banking

a : Konstanta (Nilai tetap)

b : Koefisien regresi

X : Literasi Keuangan

Tabel 4 10 Hasil Analisis Regrasi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,301	1,592		3,958	,000
	Literasi Keuangan (X)	,800	,054	,833	14,896	,000

Sumber : Data diolah SPSS,2024

Berdasarkan tabel diatas diperoleh model regresinya Y= 6,301 + 0,800X + e.

Berdasarkan pada tabel,maka persamaan regresi linear sederhana yaitu :

1) Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 6,301.Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen yang meliputi literasi keuangan (X) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan,maka nilai keputusan penggunaan mobile banking (Y) adalah 6,301.
2) Nilai koefisien regresi untuk variabel literasi keuangan (X) yaitu sebesar 0,800.Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara variabel literasi keuangan (X) dan keputusan penggunaan *mobile banking* (Y).Hal ini artinya jika variabel literasi keuangan (X) mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel keputusan penggunaan *mobile banking* akan mengalami kenaikan sebesar 0,800.

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi pada intinya mengetahui kekuatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4 11 Dasar pengambilan keputusan koefisien korelasi

Batasan	Kategori
0,800-1,000	Sangat Tinggi
0,600-0,799	Tinggi
0,400-0,599	Cukup
0,200-0,399	Rendah
0,000-0,199	Sangat Rendah

Tabel 4 12 Koefisien Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,833[a]	,694	,691	2,668

Sumber : Data diolah SPSS,2024

Hasil analisis koefisien korelasi R sebesar 0,833,artinya korelasi literasi keuangan (X) terhadap variabel keputusan penggunaan *mobile banking* (Y) sebesar 0,833.Hal ini dapat dikatakan bahwa adanya hubungan positif sebesar 0,833 antara literasi keuangan (X) terhadap variabel keputusan penggunaan *mobile banking* (Y) termasuk kedalam korelasi sangat tinggi,searah dan positif.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan atau menjelaskan variasi variabel independen.

Dasar Pengambilan Keputusan :

1) Apabila hasil R mendekati 0 menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin lemah,maka model dikatakan kurang layak.
2) Apabila hasil R mendekati 1 menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin kuat,maka model dikatakan kuat

Tabel 4 13 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,833[a]	,694	,691	2,668

Sumber: Data diolah SPSS,2024

Hasil analisis berdasarkan output R square sebesar 0,694,sehingga bisa disimpulkan kemampuan variabel literasi keuangan (X) menerangkan variabel keputusan penggunaan *mobile banking* (Y) adalah 69,4 % sedangkan sisanya 30,6 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini yang terdapat beberapa indikator seperti kepercayaan,kemudahan,dan masih banyak lagi.

c. Uji T Parsial

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan :

1) Bila t_{hitung} > tt_{abel} dengan nilai sig < 0,05 dimana H0 ditolak sedangkan Ha diterima.Hal tersebut menjelaskan adanya keterkaitan secara signifikan dari variabel terikat
2) Bila t_{hitung} <tt_{abel} dengan nilai sig ≥ 0,05 dimana H0 diterima sedangkan Ha ditolak.Hal tersebut menjelaskan tidak terdapat keterkaitan secara signifikan dari variabel tersebut.

Tabel 4 14 Uji T Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	6,301	1,592		3,958	,000
	Literasi Keuangan(X)	,800	,054	,833	14,896	,000

Sumber : Data diolah SPSS,2024

Rumus mencari ttabel yaitu :

=t (a) n-k-1

=(0,05);100-1-1

=[0,05];98

= 1,98447

Keterangan

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

Berdasarkan hasil analisis hipotesis dengan uji t parsial menunjukkan nilai t_{hitung} 14,896 >tt_{abel} 1,98447 dan nilai siginifkan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05(sig(0,000) < 0,000) dengan nilai koefisien positif yaitu 0,800.Berdasarkan hasil tersebut dapat

dinyatakan bahwa variabel literasi keuangan (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan *penggunaan mobile banking* (Y) ,dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

C. Pembahasan hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.Penelitian ini telah dilakukan dan telah diuji,penelitian ini dilaksanakan pada Masyarakat Kelurahan Pakan Labuah Kota Bukittinggi.Dari data yang diperoleh dengan jumah populasi 2.736 orang dan diambil sampel sebanyak 100 orang responden.Dalam penelitian ini diperoleh data dari variabel independen atau variabel literasi keuangan (X) dan variabel dependen atau keputusan penggunaan *mobile banking* (Y) dinyatakan valid.Hal ini telah dinyatkan valid dengan uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 26.Sehingga dapat diilustrasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan menjadi faktor penting dalam perencanaan dan keputusan penggunaan inovasi produk keuangan.Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Yuhelmi, 2022) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

D. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuisioner dengan *paltform google form* terkadang mendapatkan jawaban yang diberikan oleh responden tidak

menunjukkan pada kondisi dan keadaan sesungguhnya.Adapun juga apabila merujuk pada hasil perhitungan masih terdapat 30,6% faktor yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak di teliti pada penelitian ini,hal tersebut berdasarkan besaran hasil presentase kontribusi variabel literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.

E. Analisis Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* ,penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden.Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial,dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dan ttabel terhadap variabel literasi keuangan (X) diperoleh nilai thitung sebesar 14,896 sedangkan t tabel sebesar 1,98447.Dapat diketahui nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu 14,896 > 1,98447 dengan nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05.Jadi dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima,artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tingkat literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*.Jadi semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat maka semakin tinggi pula keputusan untuk mobile banking.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan di atas didapatkan bahwa seluruh uji asumsi klasik yaitu normalitas dan linearitas yang digunakan dalam penelitian ini telah terpenuhi.Dari uji R^2 menjelaskan bahwa 69,4 % variabel independen (literasi keuangan) dapat mempengaruhi variabel dependen (keputusan penggunaan mobile banking).Sedangkan sisa 30,6 % dijelaskan

mempengaruhi faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Konstanta (a) yang di dapat dari penelitian ini adalah memiliki nilai positif sebesar 6,301.Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen yang meliputi literasi keuangan (X) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan,maka nilai keputusan penggunaan mobile banking (Y) adalah 6,301.Dapat dilihat dari rumus Y = a +Bx + e untuk nilai a yaitu, 6,301 dan nilai bX adalah 0,800.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifkan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan hasil penelitian bahwa literasi keuangan memiliki kontribusi yang sangat berarti terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*,sehingga diperlukan literasi keuangan yang baik bagi para konsumen agar dapat memanfaatkan teknologi finansial secara baik dan bijak.Berdasarkan teori yang telah dirumuskan oleh peneliti,maka dapat diketahui bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan produk dipengaruhi oleh literasi yang dimiliki oleh konsumen tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan mobile banking pada masyarakat kelurahan Pakan Labuah terdiri dari satu variabel X dan satu variabel Y,dengan sampel penelitian 100 orang masyarakat kelurahan pakan labuah dengan menggunakan spss 26.

Maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Secara individual variabel literasi keuangan (X),berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan bahwa variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking.*
2. Nilai koefisien determinasi R Square R square sebesar 0,694,sehingga bisa disimpulkan kemampuan variabel literasi keuangan (X) menerangkan variabel keputusan penggunaan *mobile banking* (Y) adalah 69,4 % sedangkan sisanya 30,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam penelitian ini.
3. Nilai konstanta (a) yang di dapat dari penelitian ini adalah memiliki nilai positif sebesar 6,301.Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen yang meliputi literasi keuangan (X) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan,maka nilai keputusan penggunaan mobile

banking (Y) adalah 6,301.Dapat dilihat dari rumus Y = a +Bx + e untuk nilai a yaitu, 6,301 dan nilai bX adalah 0,800.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang peneliti ajukam kepada pihk-pihak yang berkaitan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat,meningkatkan literasi keuangan agar dapat memahami secara lebih baik dampak positif dan kemudahan yang didapatkan jika menggunakan *mobile banking*.
2. Bagi akademik,dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bagi kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang.
3. Bagi peneliti selanjutnya,dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel independen yang dapat mempengaruhi literasi dalam menggunakan *mobile banking* seperti variabel literasi digital,kondisi ekonomi,maupun pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

76/POJK.07/2016, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor. *Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat Pasal 3,4*, n.d.

Ahdiat, Adi. *Statistik Ekonomi Indonesia.Databoks.Katadata.Co.Id*, n.d.

Anggi, Ibu. "Ibu Rumah Tangga." *Wawancara*, n.d.

Bank, World. *Trends in the Objectives of National Financial Capability Strategies*. World Bank, 2016.

Chrismardani, Yustina. "Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha." *Jurnal Kompetensi* 10, no. 1 (2016): 90–103.

Edo, Bapak. "Wiraswasta." *Wawancara*, n.d.

Fadillah, Aira Suci. "Mahasiswa." *Wawancara*, n.d.

Ghodang, Hironymus. *Path Analysis (Analisis Jalur) Konsep Dan Praktik Dalam Penelitian*. Medan: PT Penerbit Mitra Group, 2020.

Hadi, Syamsul. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking." *Jurnal Pendidikan,Universitas Islam Indonesia*, 2014, 55.

Indonesia, Bank. *Daftar Istilah Perkembangan Sistem Pembayaran*, 2015.

Ismanto, Hadi. *Perbankan Dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Deepublish, 2009.

Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. t.tp: Erlangga, 2009.

Keuangan, Otoritas Jasa. *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan*, 2022.

———. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017.

———. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017.

———. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2007.

Krisnawati, Lusiana Herlinawatidan Astrie. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung." *Jurnal E-Proceedings Of Management* 8, no. 3 (2021).

Mahyarni. "Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)." *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1 (2013): 13–23.

Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Cet 1. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Nursiah, Dkk. "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking." *Jurnal Akutansi Dan Keuangan* 19, no. 1 (2022): 91–100.

Olson, J Paul Peter dan Jerry C. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi II. Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Ong, Veronica. "Pengaruh Persepsi Risiko,Persepsi Kemudahan,Dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Link Aja." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2022): 516–24.

Ratnadi, Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi. "Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 12, no. 6 (2017): 40–46.

Rossanty, Yossie. *Costumer Behavior In Era Milennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018.

Samarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen :Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.

Setiadi, Nugroho J. *PERILAKU KONSUMEN : Perspektif Konteporer Pada Motif,Tujuan,Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Media Group, 2003.

Sopiah, Etta Mamang Sangadji dan. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Tirtana, Irwan. *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan,Persepsi Kemudahan*

Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking,. Seminar Na. Surakarta, 2017.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

Wardhana, Aditya. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia." *Jurnal Manajemen* 10, no. 2 (2015): 276.

Wibiadila, Ikbar. "Pengaruh Kegunaan,Kemudahan,Resiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Solo." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 5, no. 2 (2016).